

Secrétariat général de la défense
et de la sécurité nationale

Manipulation d'algorithmes et instrumentalisation d'influenceurs

Enseignements de l'élection présidentielle en Roumanie & risques pour la France





Février 2025

Au titre des attributions qui lui sont confiées par l'article 3 du décret n°2021-922 du 13 juillet 2021, le service de vigilance et de protection contre les ingérences numériques étrangères (VIGINUM) a pour missions de détecter et de caractériser des opérations d'ingérences numériques étrangères (OINE) en analysant les contenus publiquement accessibles sur les plateformes et les médias en ligne. **Afin d'anticiper la menace et de préserver le débat public français des manipulations de l'information impliquant des acteurs étrangers sur les plateformes numériques, VIGINUM travaille également à documenter des modes opératoires observés dans d'autres contextes, qui pourraient être transposés à l'occasion d'opérations visant la France.** VIGINUM remplit ainsi son rôle de sensibilisation de la société face aux opérations d'ingérence numérique étrangères dont elle pourrait faire l'objet.

Le présent rapport informe sur les manipulations de l'information ayant ciblé l'élection présidentielle roumaine de 2024, dont les résultats du premier tour ont été annulés par la Cour constitutionnelle roumaine le 6 décembre. Il analyse plus particulièrement les modes opératoires observés sur la plateforme *TikTok*, destinés à promouvoir artificiellement certains contenus, ainsi que l'instrumentalisation d'influenceurs. Il évalue ensuite le risque de leur transposition en France.

La description de la manipulation observée sur *TikTok* en Roumanie se fonde principalement sur des éléments d'analyse réalisés par des tiers et disponibles en sources ouvertes. Cela comprend notamment les notes déclassifiées partagées par l'administration roumaine, les rapports d'observateurs et de structures spécialisées dans la lutte contre la désinformation, les rapports fournis par *TikTok*, ainsi que des enquêtes de médias roumains et français.

Ce rapport comprend également des éléments techniques complémentaires issus des investigations de VIGINUM sur les structures ayant démarché des influenceurs de manière non transparente.

Par la publication des éléments présents dans ce rapport, VIGINUM souhaite notamment alerter les internautes sur le risque de manipulation des systèmes de recommandation de contenus sur les plateformes. Le service souhaite également sensibiliser les créateurs de contenus bénéficiant d'une communauté importante en ligne sur les risques d'instrumentalisation dont ils pourraient faire l'objet de la part d'acteurs malveillants.

I. RETOUR D'EXPERIENCE DES MANIPULATIONS DE L'INFORMATION AYANT CIBLÉ L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE ROUMAINE SUR *TIKTOK*

1. Contexte

Dimanche 24 novembre 2024, lors du premier tour de l'élection présidentielle roumaine, l'arrivée en tête du scrutin du candidat Călin GEORGESCU a suscité la surprise. Ayant présenté sa candidature en octobre et n'ayant déclaré aucun budget de campagne, le candidat a obtenu près de 23 % des voix (soit plus de 2 millions de votes) en faisant campagne presque exclusivement en ligne, principalement sur la plateforme *TikTok*. Peu connu du grand public avant l'élection présidentielle, il était crédité de moins de 1 % d'intentions de vote dans les sondages réalisés quatre semaines avant le scrutin, et de 10,6 % d'intentions de vote entre les 20 et 21 novembre[1].

A la suite de ces résultats, de nombreuses analyses ont pointé l'existence de phénomènes numériques inauthentiques visant à perturber le bon déroulé de l'élection. Les autorités roumaines ont notamment rendu publiques des notes de renseignement préalablement déclassifiées faisant état de manipulations observées sur la plateforme *TikTok* et du recours dissimulé à des influenceurs à des fins de propagande électorale, tout en suggérant l'implication d'un acteur étatique étranger. Ces irrégularités ont conduit la Cour constitutionnelle roumaine à annuler les résultats de l'élection le 6 décembre 2024[2].

TikTok est un réseau social particulièrement populaire en Roumanie, avec près de 9 millions d'utilisateurs pour une population de 19 millions d'habitants. Son usage est donc plus répandu que celui qui en est fait en France. La plateforme concurrence ainsi *Facebook* en termes de pratiques et de nombre d'utilisateurs, et occupe aujourd'hui une place centrale dans l'espace informationnel du pays, y compris sur les sujets politiques.

Il est enfin important de souligner que les phénomènes inauthentiques observés n'étaient pas limités à *TikTok*, d'autres modes opératoires ayant par exemple été identifiés sur les plateformes du groupe *Meta* (*Facebook* et *Instagram*)[3]. Ces manœuvres informationnelles ont également été accompagnées d'un nombre important de cyberattaques visant les systèmes informatiques liés au processus électoral, témoignant du déploiement d'un dispositif d'ampleur destiné à déstabiliser un grand rendez-vous démocratique.

Après la Géorgie et la Moldavie, la Roumanie est le troisième pays européen touché par des manipulations d'ampleur en contexte électoral en fin d'année 2024.

[1] Document déclassifié n°1 du renseignement intérieur roumain publié le 4 décembre 2024, *Document CSAT Serviciul Român de Informații I*, https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193

[2] Cour constitutionnelle roumaine, Décision n°32 du 6 décembre 2024 portant sur l'annulation du processus électoral concernant l'élection du Président de la Roumanie en 2024, https://www.ccr.ro/wp-content/uploads/2024/12/Hotarare_32_2024.pdf

[3] Etude CheckFirst & Reset Tech, *Meta's Role in Romania's 2024 Presidential Election*, https://checkfirst.network/research-note-metas-role-in-romanias-2024-presidential-election/

2. Une campagne sophistiquée visant à manipuler l'algorithme de *TikTok*

La popularité du candidat GEORGESCU a connu une croissance particulièrement rapide sur *TikTok*, en particulier dans les deux semaines précédant l'élection[4]. A titre d'exemple, le nombre d'abonnés et le nombre de vues du compte *TikTok* de Călin GEORGESCU auraient été multipliés par trois entre le 10 et le 24 novembre 2024[5]. Les *hashtags* associés au candidat ont également bénéficié d'une popularité fulgurante, à l'instar de #calingeorgescu qui aurait obtenu plus de 73.2 millions de vues en sept jours d'après l'*European Digital Media Observatory*[6]. D'après *TikTok*, la croissance du nombre d'abonnés des comptes faisant la promotion du candidat ne suivrait pas un schéma organique habituel et trahirait une coordination[7].

Cette croissance fulgurante de la visibilité du candidat sur la plateforme semble avoir été obtenue grâce à une campagne d'*astroturfing*[8] sophistiquée, consistant en une manipulation coordonnée de l'algorithme de recommandation, *via* la publication massive de vidéos et de commentaires comportant certains *hashtags* et mots-clés. En effet, **cette campagne a reposé, d'une part, sur l'action coordonnée de réseaux de comptes, et d'autre part, sur l'instrumentalisation de la popularité d'influenceurs rémunérés de manière dissimulée.**

Le recours à ces modes opératoires témoigne d'une bonne connaissance des dynamiques propres à la plateforme de la part des auteurs de cette campagne, et d'une parfaite maîtrise des procédés de contournement des politiques de modération.

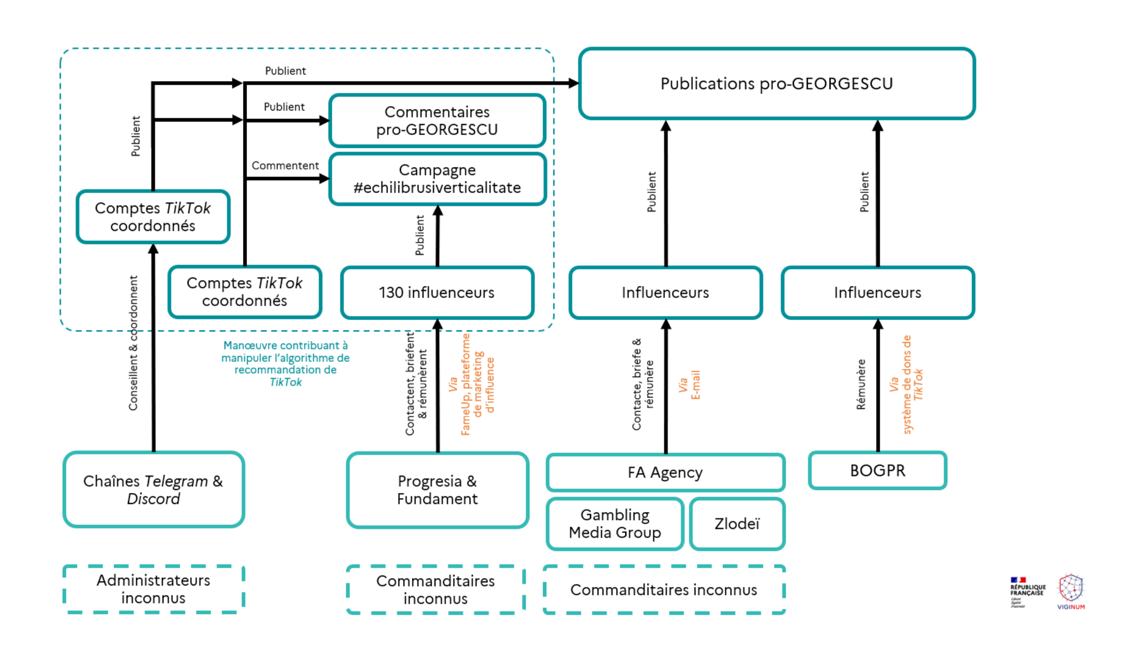


Schéma récapitulant les manœuvres observées sur TikTok visant à promouvoir le candidat GEORGESCU

---

[4] Rapport Expert Forum, *From Underdog to Contender: The Rise of Călin Georgescu in the Polls,* https://expertforum.ro/en/files/2024/11/Policy-Brief-190-From-Underdog-to-Contender-The-Rise-of-Calin-Georgescu-in-the-Polls-4.pdf
[5] Données issues de la plateforme d'analyse social media Exolyt.
[6] EDMO, *Algorithmic Influence on Elections: Insights from Romania's Case Study*, https://edmo.eu/blog/algorithmic-influence-on-elections-insights-from-romanias-case-study/
[7] Document déclassifié n°2 du renseignement intérieur roumain publié le 4 décembre 2024, Document CSAT Serviciul Român de Informații II, https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193
[8] Mode opératoire consistant à conférer de la visibilité à un sujet en faisant croire qu'il est un phénomène de masse alors même qu'il émane de la coordination de quelques comptes seulement qui produisent un volume important de publications sur un même sujet.

Des dispositifs prépositionnés sur TikTok et Telegram

Cette manœuvre informationnelle a reposé avant tout sur la mobilisation coordonnée de plusieurs milliers de comptes, **afin d'amplifier artificiellement** la popularité de mots-clés associés au candidat et manipuler ainsi l'algorithme de recommandation de *TikTok* afin qu'ils apparaissent dans le fil d'actualité des utilisateurs.

Selon les services de renseignement roumains, près de 25 000 comptes *TikTok* pro-GEORGESCU sont devenus particulièrement actifs deux semaines avant la date du premier tour de l'élection[9]. Parmi eux, 797 comptes existaient depuis 2016. Leur activité serait restée très faible jusqu'au 11 novembre 2024, date à laquelle le réseau de comptes aurait été activé à pleine capacité. Toujours selon les services roumains, ces comptes utilisaient des adresses IP uniques pour se connecter à la plateforme, ne permettant pas de les rattacher à un même réseau.

Les documents déclassifiés par l'administration roumaine, de même que le média roumain *G4Media.ro*[10], révèlent également l'existence de plusieurs canaux *Discord* et boucles *Telegram*, dont certains étaient prépositionnés depuis septembre 2022, visant à mettre en œuvre et coordonner une stratégie d'amplification artificielle des contenus liés au candidat sur *TikTok*.

Une campagne d'astroturfing pour manipuler l'algorithme de recommandation

Les chaînes *Discord* et *Telegram* précitées avaient pour rôle de diffuser auprès de leur audience des instructions précises sur les contenus à partager, ainsi que des consignes sur la manière de manipuler l'algorithme de la plateforme sans être détecté par ses outils de modération.

Elles partageaient des contenus prêts à être publiés et conseillaient de modifier ces vidéos à l'aide des outils d'édition proposés par *TikTok* ou *Instagram,* afin qu'elles aient l'air de contenus originaux et non dupliqués, pour ne pas être pénalisées par la plateforme[11]. Elles donnaient également des consignes sur la manière de publier des commentaires favorables au candidat GEORGESCU sous des publications populaires en Roumanie, en particulier celles d'autres candidats, suggérant l'utilisation de *hashtags* ou d'*emojis* spécifiques.

Ces actions avaient pour but de faire remonter le nom du candidat et les mots-clés qui lui étaient associés en tête des recommandations de la plateforme, sans que l'écosystème qui en était à l'origine ne soit détecté et considéré comme inauthentique par les systèmes de modération de la plateforme. *TikTok* a effectivement reconnu auprès des autorités roumaines qu'il s'agissait là de l'action de « *bénévoles coordonnés* », équivalente à une « *campagne de guérilla politique de masse* »[12].

---

[9] Document déclassifié n°1 du renseignement intérieur roumain publié le 4 décembre 2024, *Ibid.*, https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193

[10] G4Media.ro, https://www.g4media.ro/cum-fac-sa-primesc-bani-depinde-de-implicarea-ta-mecanismul-prin-care-sunt-viralizate-postarile-lui-calin-georgescu-pe-retelele-sociale-mii-de-voluntari-din-grup.html

[11] D'après les règles de la communauté *TikTok*, les contenus copiés ou non originaux, publiés sans modifications, ne sont pas mis en avant sur la page d'accueil de la plateforme (Fil « Pour Toi ») : https://www.tiktok.com/community-guidelines/fr/integrity-authenticity#5

[12] Document déclassifié n°2 du renseignement intérieur roumain publié le 4 décembre 2024, *Ibid.*, https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193

Une analyse réalisée par l'ONG *Center for AI & Digital Humanism*[13] confirme et souligne qu'une majeure partie de cette manœuvre est passée par la publication massive de commentaires sur la plateforme, notamment sous les publications issues des comptes des autres candidats. Cette analyse révèle que le fait de mentionner de façon massive et positive le nom GEORGESCU, associé à certains mots-clés en commentaires, a contribué à faire remonter des contenus liés au candidat dans l'algorithme de recommandation, qui est au cœur du fonctionnement de *TikTok* et a contribué à sa popularité.

Les communiqués de *TikTok* sur les opérations d'influence en ligne concernant la Roumanie font pour leur part état d'un réseau de 27 199 comptes inauthentiques ayant ciblé la Roumanie pour promouvoir le parti de l'Alliance pour l'Unité des Roumains (AUR) et « *dans une moindre mesure* », du candidat Călin GEORGESCU[14]. *TikTok* indique que « *ces comptes publiaient des commentaires plutôt que des* vidéos » et les avoir modérés entre décembre 2024 et janvier 2025.

Pour résumer, ce procédé contribue à tromper l'algorithme, en générant artificiellement une tendance émergente autour d'un sujet (en l'occurrence le candidat GEORGESCU et son programme), y compris au sein des communautés qui regardent des vidéos portant sur d'autres sujets. L'algorithme va donc plus régulièrement proposer aux utilisateurs des contenus vidéos en lien avec ces thématiques, qui sont alors surreprésentées.

La surreprésentation d'un candidat dans l'espace numérique ne suffit bien évidemment pas à expliquer un vote en sa faveur. Les règles communautaires de *TikTok* précisent que les manœuvres de ce type sont interdites[15]. Par ailleurs, se pose également la question de l'identification du ou des commanditaires de cette manœuvre coordonnée, l'hypothèse d'un acteur étranger n'étant que suggérée par les autorités roumaines. Enfin, si ce mode opératoire visait ici à donner de la visibilité à un candidat spécifique dans le cadre d'un scrutin électoral, il pourrait également être reproduit pour *promouvoir des contenus répondant à d'autres objectifs*.

Le recrutement d'influenceurs instrumentalisés à leurs dépens

Cette manœuvre informationnelle a également reposé en grande partie sur l'instrumentalisation d'influenceurs. Plus d'une centaine d'influenceurs *TikTok,* sans affinité particulière avec la politique[16], et ayant un total de plus de 8 millions d'abonnés actifs[17] ont ainsi été recrutés pour participer malgré eux à une campagne visant à donner de la visibilité au candidat GEORGESCU sur la plateforme. La mécanique a consisté à faire publier notamment par des micro et macro-influenceurs[18] des messages d'apparence anodine relatifs à l'élection présidentielle, avant de créer artificiellement, toujours *via* les commentaires, un engagement coordonné visant à promouvoir le candidat GEORGESCU.

---

[13] Digihumanism*, Digihumanism unveils massive astroturfing on TikTok biaising the Romanian presidential elections*, publié le 06/12/2024, https://www.digihumanism.eu/publications-and-news/digihumanism-unveils-massive-astroturfing-on-tiktok-biaising-the-romanian-presidential-elections

[14] TikTok, *Continuing to protect the integrity of TikTok during Romanian elections*, https://newsroom.tiktok.com/en-eu/continuing-to-protect-the-integrity-of-tiktok-during-romanian-elections

[15] Les opérations d'influence secrètes sont définies par *TikTok* comme un « *comportement coordonné et inauthentique, dans le cadre duquel des réseaux de comptes travaillent stratégiquement ensemble pour induire en erreur les gens ou nos systèmes et ainsi influencer les débats publics* », https://www.tiktok.com/transparency/fr-fr/countering-influence-operations/

[16] Le ministère de l'intérieur roumain évoque l'implication de 130 comptes d'influenceurs aux lignes éditoriales diverses : *lifestyle*, mode, beauté, divertissement, etc.

[17] Document déclassifié du ministère de l'intérieur roumain publié le 4 décembre 2024, *Document CSAT Ministerul Afacerilor Interne*, https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193

[18] Dans le marketing d'influence, les créateurs de contenus peuvent être classés en fonction de la taille de leur nombre d'abonnés. S'il n'existe pas de seuil officiel, des influenceurs avec moins de 10 000 abonnés sont généralement considérés comme des « nano-influenceurs » tandis que les « micro-influenceurs » auraient entre 10 000 et 100 000 abonnés, par opposition aux macro- et méga-influenceurs qui dépassent les 100 000 abonnés. En termes de stratégie d'influence, il est parfois recommandé de faire appel à des micro-influenceurs plutôt qu'à de plus gros influenceurs, car leur communauté, dont ils sont réputés plus proches, est davantage affinitaire et réactive. Ils sont par ailleurs moins sollicités, donc moins chers et plus facilement activables.

Ce mode opératoire s'inscrivait pleinement dans la manœuvre d'*astroturfing* précédemment décrite et a contribué à manipuler l'algorithme de recommandation de la plateforme afin de donner l'impression d'un soutien massif pour le candidat.

Ces influenceurs ont été recrutés *via* la plateforme de marketing d'influence roumaine *FameUp*, qui met en relation des annonceurs souhaitant mener des campagnes publicitaires sur *TikTok* et *YouTube* avec des influenceurs pouvant relayer leurs messages contre rémunération. *FameUp* aurait ainsi été utilisée par deux structures : *Progresia* et *Fundament*[19]. Celles-ci ont proposé à des influenceurs de publier, contre rémunération, des contenus suivant un *script* et certaines instructions.

Ainsi, les influenceurs contactés devaient diffuser des vidéos appelant les électeurs à se rendre aux urnes, sans mentionner le nom d'un candidat spécifique, dans le cadre d'une campagne dont l'objectif apparent était de sensibiliser les citoyens roumains à l'importance du vote. Dans leurs messages vidéo, ils décrivaient les qualités attendues d'un « candidat idéal » et partageaient en description les *hashtags* #EchilibruSiVerticalitate (« équilibre et verticalité »), #Prezidentiale2024 et #unliderpotrivitpentrumine (« un dirigeant qui me convient »).

Une fois ces vidéos publiées, des réseaux coordonnés de comptes inondaient alors l'espace commentaires de messages de soutien à Călin GEORGESCU, présenté comme possédant les qualités du « candidat idéal », et ce pour donner l'impression d'un soutien populaire massif au candidat, tout en permettant à son nom et son compte de bénéficier des processus de recommandation par le moteur de recherche de la plateforme. D'après le ministère de l'Intérieur roumain, les contenus vidéos et les *hashtags* associés à la campagne seraient ainsi parvenus à atteindre la 9e place mondiale des tendances *TikTok*[20].

À la suite du premier tour des élections, certains influenceurs ayant participé à l'opération ont confirmé avoir été rémunérés entre quelques dizaines et quelques centaines d'euros pour publier ces contenus. Le ministère de l'Intérieur roumain évoque une grille de rémunération proportionnelle à l'influence des comptes recrutés, à hauteur de 390 RON (soit l'équivalent de 78 €) par tranche de 20 000 abonnés.

Il doit être précisé que la plupart de ces messages n'étaient pas identifiés ni identifiables comme faisant l'objet d'un partenariat rémunéré. Cela contrevient non seulement aux règles européennes concernant la responsabilité des créateurs de contenus sur les partenariats rémunérés, mais aussi à la règlementation roumaine en matière de publicité électorale, et enfin, aux règles de *TikTok* concernant l'interdiction sur la plateforme de toute forme de publicité politique, y compris lorsqu'il s'agit de contenus financés par un tiers.

3. Des modes opaques de recrutement et de rémunération d'influenceurs

La rémunération détournée d'influenceurs soutenant publiquement le candidat

Les services de renseignement roumains mentionnent également l'implication d'influenceurs ayant soutenu publiquement le candidat GEORGESCU.

Que le soutien de ces influenceurs ait été spontané ou commandité, ceux-ci semblent en tout cas avoir été rémunérés de manière détournée par le système de dons disponible sur *TikTok*. Ainsi, entre le 24 octobre et le 24 novembre, au moins 381 000 dollars ont été versés par l'intermédiaire de ce dispositif à des influenceurs ayant affiché leur soutien au candidat[21].

---

[19] Noms communiqués par la plateforme *FameUp*. Il n'a pas été possible de retrouver en sources ouvertes des informations sur ces sociétés qui ne semblent pas avoir d'existence en ligne.

[20] Document déclassifié du ministère de l'intérieur roumain publié le 4 décembre 2024, *Document CSAT Ministerul Afacerilor Interne,* https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193

[21] Document déclassifié n°1 du renseignement intérieur roumain publié le 4 décembre 2024, mentionnant un représentant de *TikTok, Ibid.,* https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193

Ces dons ont été effectués par le citoyen roumain Bogdan PESCHIR, sous le pseudonyme de *BOGPR* sur la plateforme. Ces dons pourraient s'apparenter à du financement de campagne politique, constituant là encore une violation des conditions d'utilisation de *TikTok* et de la législation roumaine.

L'implication d'une entreprise étrangère dans le recrutement d'influenceurs

Le service de renseignement intérieur roumain indique que parmi les influenceurs recrutés pour faire la promotion de la candidature de Călin GEORGESCU, certains auraient été contactés par e-mail, *via* l'entreprise de communication sud-africaine *FA Agency*, qui proposait une rémunération de 1 000 € par vidéo[22].

Les 6 et 13 décembre 2024, le journal Le Monde[23] a publié deux enquêtes successives démontrant que l'entreprise sud-africaine FA Agency serait une société écran gérée par la branche polonaise[24] de Gambling Media Group (GMG). GMG est une entreprise spécialisée dans les services de marketing de casinos en ligne, mettant en œuvre des stratégies d'influence sur les réseaux sociaux, dont TikTok[25]. Elle ferait partie d'une « constellation d'entreprises » liée à une agence de publicité ukrainienne nommée Zlodeï[26].

Les investigations menées en parallèle par VIGINUM ont effectivement permis d'établir des liens techniques entre FA Agency, GMG et Zlodeï. Une première analyse du nom de domaine de FA Agency (faagency[.]org), détecté par les journalistes du Monde, a permis de déterminer que ce dernier partageait plusieurs caractéristiques techniques avec influue[.]agency. En effet, ces deux noms de domaine sont hébergés sur une même adresse IP[27] et partagent un même identifiant d'obfuscation d'adresse mail dans leur code source respectif[28]. Influe UE Agency se présente ainsi comme une agence de marketing numérique mais ne semble pas avoir d'existence légale. Toutefois, la description de l'entreprise sur son site web est quasiment identique à celle de *GMG*, dont les sites officiels semblent être *gmg[.]win* et *boostaxis[.]click*.

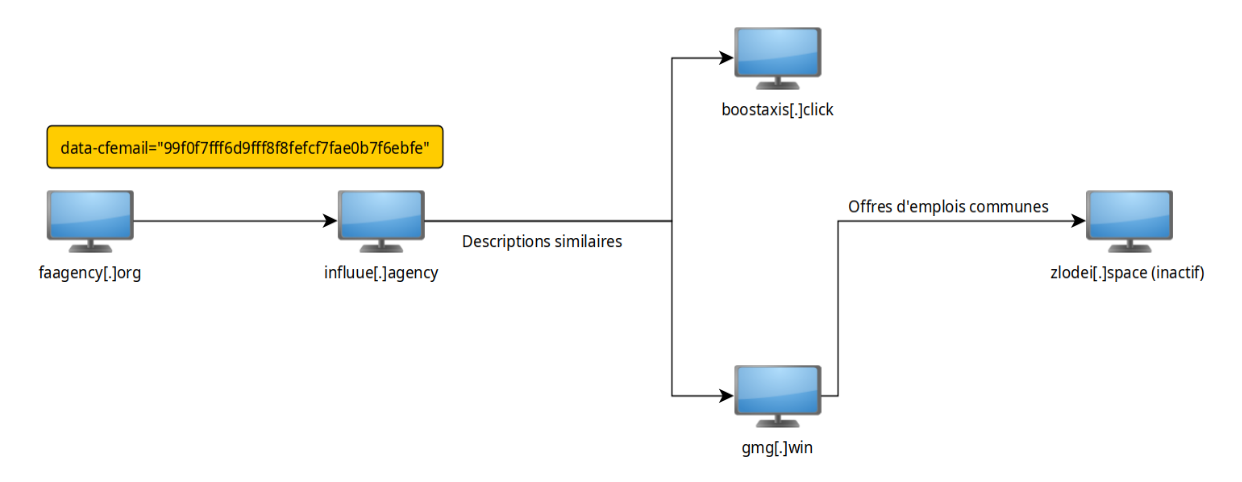


Schéma des liens techniques entre FA Agency, GMG *et Zlodeï.*

[22] Document déclassifié n°1 du renseignement intérieur roumain publié le 4 décembre 2024, *Ibid.*, https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193
[23] https://www.lemonde.fr/pixels/article/2024/12/06/roumanie-des-videos-pro-georgescu-liees-a-une-enigmatique-agence-d-influenceurs-polonaise_6434393_4408996.html et https://www.lemonde.fr/pixels/article/2024/12/13/roumanie-influenceurs-comptes-automatises-et-publicites-illegales-au-service-d-une-campagne-d-ingerence-hors-normes_6445661_4408996.html
[24] Des investigations complémentaires ont permis d'établir que les locaux de *GMG* en Pologne se trouvaient probablement à l'adresse suivante : Wioślarska 8, 00-411 Warszawa.
[25] La description officielle de GMG précise que ses 300 employés travaillent également sur les *Google Ads*, *Facebook Ads*, *Instagram*, SEO, ASO, *In-app* et *Meta Ads*.
[26] Numéro fiscal : 41270481.
[27] A la date de rédaction de la présente note, la commande linux curl -k https 5.61.42[.]22 -H « nom_de_domaine » affiche les sites *faagency* et *influue*.
[28] Identifiant d'obfuscation commun : data-cfemail="9fd6d1d9d0dfd6d1d9d3cacadab1ded8dad1dcc6".

D'après les informations disponibles en sources ouvertes, plusieurs offres d'emplois en ligne de *GMG* invitent les candidats à contacter des adresses mails hébergées sur *zlodei[.]space*[29], un nom de domaine désormais inactif auparavant utilisé par *Zlodeï*. Inversement, au moins une annonce de recrutement pour *Zlodeï* contient une *URL* redirigeant vers *gmg[.]win*[30] (voir schéma ci-dessus).

Outre ces liens techniques, *Zlodeï* et *GMG* partageraient la même adresse physique au Mechnykova St, 2, Kyiv, Ukraine, 02000, dans des bureaux partagés avec d'autres entreprises.

Zlodeï est une entreprise spécialisée dans le marketing digital dirigée par Dmitriy MAKAROV[31], entrepreneur ukrainien de 32 ans ayant déjà officiellement soutenu l'Ukraine face à l'agression russe[32]. MAKAROV administre notamment un site spécialisé[33] sur les jeux d'argent en ligne avec Oleksandr DOVJENKO[34], le directeur commercial de *Zlodeï*. Les locaux de l'entreprise ont notamment été perquisitionnés en 2020[35] lors d'une enquête ouverte pour la création de jeux d'argent en ligne[36] ainsi que pour blanchiment d'activités criminelles.

À ce stade, le commanditaire derrière la campagne pro-GEORGESCU demeure inconnu, de même que le rôle exact joué par *FA Agency* et par les entreprises affiliées à *Zlodeï* dans l'ensemble de la campagne du candidat roumain, hormis leur recrutement d'influenceurs par mail.

4. Réaction des autorités roumaines et de la plateforme *TikTok*

Les révélations de ces différentes manipulations ont suscité de fortes réactions de la part des autorités roumaines et européennes.

Le 6 décembre 2024, la Cour constitutionnelle roumaine a ainsi pris la décision d'annuler « *l'ensemble du processus électoral relatif à l'élection du président de la Roumanie* »[37], et a justifié cette décision en dénonçant de « *multiples irrégularités et violations de la législation électorale qui ont faussé le caractère libre et équitable du vote* », pointant notamment des infractions à la loi électorale et plus particulièrement en termes de transparence du financement de campagne[38]. La Commission européenne a quant à elle ouvert une procédure formelle à l'encontre de *TikTok* dans le cadre du DSA[39].

Au-delà des accusations de manipulation de l'information, il est notamment reproché à la plateforme de ne pas avoir été en mesure d'identifier que les vidéos publiées par le compte du candidat Călin GEORGESCU présentaient un caractère électoral. Celles-ci auraient dès lors bénéficié d'un traitement préférentiel par rapport aux publications des comptes des autres candidats, qui, en étant associées à la campagne électorale, ont été filtrées par l'algorithme de recommandation.

---

[29] https://jobs.dou.ua/companies/gmg/offices/
[30] https://ghostarchive.org/archive/m9bMI
[31] Dmitriy MAKAROV (макаров дмитро ігорович) est probablement né le 19/08/1992 en Ukraine.
[32] https://ghostarchive.org/archive/ySd25/
[33] https://pirates.com[.]ua.
[34] Oleksandre DOVJENKO (довженко олександр анатолійович) est probablement né le 08/04/1994 en Ukraine.
[35] https://ain.ua/ru/2020/01/27/kiberpoliciya-provela-obyski-v-kompanii-zlodei/ et https://cyberpolice.gov.ua/news/kiberpolicziya-prypynyla-diyalnist-masshtabnoyi-grupy-yaka-zajmalasya-organizacziyeyu-diyalnosti-platform-dlya-onlajn-kazyno-5815/
[36] Les jeux d'argent étaient illégaux en Ukraine entre mai 2009 et juillet 2020.
[37] Communiqué de presse de la Cour constitutionnelle roumaine du 6 décembre 2024, https://www.ccr.ro/comunicat-de-presa-6-decembrie-2024/
[38] Cour constitutionnelle roumaine, *Décision n°32 du 6 décembre 2024 portant sur l'annulation du processus électoral concernant l'élection du Président de la Roumanie en 2024*, https://www.ccr.ro/wp-content/uploads/2024/12/Hotarare_32_2024.pdf
[39] Communiqué de presse de la Commission européenne du 17 décembre 2024, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_6487

Dès le 20 novembre, le Bureau Électoral Central a ainsi signalé à la plateforme des contenus de propagande électorale ne respectant pas les exigences légales roumaines, en particulier l'identification du mandataire fiscal. Bien que *TikTok* ait déclaré avoir bloqué ces contenus pour les audiences roumaines, les services de renseignement roumains ont affirmé que ces contenus étaient en réalité toujours accessibles sur la plateforme[40].

De son côté, *TikTok* a assuré avoir appliqué « *rigoureusement [ses] règles contre la désinformation électorale »* et affirme qu'il est « *catégoriquement faux de prétendre* » que le compte de Călin GEORGESCU aurait été traité différemment de celui des autres candidats. Lors de son audition devant le Parlement européen le 3 décembre, la plateforme a affirmé avoir respecté le DSA, et s'est déchargée de toute responsabilité concernant la labellisation de contenus politiques, estimant que l'obligation de marquage « *n'incombe pas à TikTok mais à l'auteur des contenus* ». Elle a enfin indiqué avoir démantelé deux « *très petits* » réseaux d'influence visant la Roumanie le 29 novembre[41] et informe depuis de la poursuite de ses actions pour protéger l'intégrité des élections en Roumanie[42].

Le candidat GEORGESCU, qui avait déclaré n'avoir aucun budget de campagne, a quant à lui nié avoir eu recours à des fermes à *trolls*, et certifié avoir obtenu cette popularité numérique à l'aide de seuls « *bénévoles* ».

---

[40] Document déclassifié n°1 du renseignement intérieur roumain publié le 4 décembre 2024, *Ibid.*, https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193

[41] IMCO Debate on the compliance of TikTok with the EU Digital Services Act, https://multimedia.europarl.europa.eu/en/event/imco-debate-on-the-compliance-of-tiktok-with-the-eu-digital-services-act_av-20241127-3809.

[42] TikTok, *Continuing to protect the integrity of TikTok during Romanian elections*, https://newsroom.tiktok.com/en-eu/continuing-to-protect-the-integrity-of-tiktok-during-romanian-elections

II. UN RISQUE DE MANIPULATION SIMILAIRE EN FRANCE

Comme le rappelle le service de renseignement extérieur roumain[43], le mode opératoire consistant à manipuler à la fois des influenceurs locaux ainsi que l'algorithme d'une plateforme a déjà été observé depuis 2022 dans le cadre du conflit entre la Russie et l'Ukraine ou plus récemment lors des élections moldaves de 2024.

De fait, il est donc légitime d'estimer qu'il existe un risque de transposition de ces modes opératoires dans le débat public numérique francophone afin de viser une audience française.

Place de TikTok en France : un usage croissant pour suivre l'actualité politique

Par de nombreux aspects, l'utilisation de *TikTok* en France diffère de celle qui en est faite en Roumanie. En effet, la plateforme occupe à ce stade une place moins centrale dans le débat public numérique français, bien qu'elle ne soit pas négligeable.

En France, *TikTok* comptait fin 2023 plus de 21 millions d'utilisateurs mensuels d'après la plateforme (soit plus d'un Français sur trois)[44]. *TikTok* est également le réseau social sur lequel les utilisateurs français passeraient le plus de temps, avec en moyenne 38h38 par mois de temps passé sur l'application[45]. La plateforme est populaire auprès d'une audience jeune, mais ne se limite pas à celle-ci.

Si *TikTok* semble être avant tout utilisé à des fins de divertissement, plusieurs études, notamment celle de l'*Institut Reuters* pour l'étude du journalisme[46], soulignant qu'une part croissante de la population, notamment parmi les 18-24 ans, utilise la plateforme pour s'informer, suivant ainsi une tendance de recours aux réseaux sociaux comme source d'information. L'étude de l'*Institut Reuters* indique que près de 8 % des internautes français s'informeraient sur l'actualité de manière hebdomadaire *via TikTok*.

La plateforme est également un lieu d'expression politique croissant en France pour les personnalités publiques et les citoyens, comme cela a pu être observé lors des élections législatives de 2024.

Ainsi, bien que l'audience et les usages de la plateforme *TikTok* diffèrent d'un pays à l'autre, des acteurs étrangers malveillants pourraient être tentés de choisir cette plateforme – du fait de son rôle croissant auprès de certaines audiences – pour mettre en œuvre le même schéma opérationnel, que ce soit dans le but de déstabiliser le débat autour d'un rendez-vous électoral ou celui de faire émerger des thématiques spécifiques dans l'espace informationnel français.

Une manipulation de l'algorithme aisément reproductible

Les manipulations de l'algorithme *TikTok* mises en œuvre dans le cadre des élections roumaines semblent aujourd'hui facilement reproductibles à grande échelle. Le média roumain *Recorder* a par exemple démontré qu'un compte *TikTok* obtenant un million de vues et des milliers de commentaires, grâce à quelques milliers de comptes inauthentiques était rapidement recommandé dans les fils d'actualité de vrais utilisateurs[47].

Avec davantage de moyens financiers, et en recourant à d'autres leviers comme celui des influenceurs, cette manipulation pourrait donc être reproduite, afin d'orienter les recommandations de l'algorithme. Par ailleurs, l'hypothèse de l'existence sur la plateforme de comptes dormants pré-positionnés, et pouvant être activés pour toucher une audience française, n'est pas à exclure, comme en témoigne l'ancienneté de certains comptes impliqués dans la campagne roumaine.

---

[43] Document déclassifié du renseignement extérieur roumain publié le 4 décembre 2024, *Document CSAT Serviciul de Informații Externe*, https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193

[44] https://newsroom.tiktok.com/fr-fr/france-mau-octobre-2023

[45] *Digital report 2024*, We Are Social/Meltwater, https://wearesocial.com/fr/blog/2024/02/digital-report-france-2024-FR/

[46] *2024 Digital News Report*, Reuters Institute, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024

[47] Recorder.ro https://recorder.ro/marea-bresa-a-tiktok-cat-de-usor-poate-un-candidat-sa-obtina-1-milion-de-vizualizari/

Des outils permettant de recruter facilement des créateurs de contenus

Le recrutement d'influenceurs nationaux à des fins d'ingérence est un mode opératoire connu et documenté[48]. La variante observée en Roumanie, à savoir la possibilité de procéder à un recrutement massif de nano- ou de micro-influenceurs présents sur *TikTok via* une plateforme de mise en relation entre influenceurs et annonceurs afin de partager massivement un message de manière dissimulée, est elle aussi tout à fait envisageable et relativement facile à mettre en œuvre.

A l'instar de la plateforme *FameUp,* de nombreuses plateformes de marketing d'influence offrent des outils permettant de gérer l'intégralité de la relation avec des créateurs de contenus s'adressant à une audience francophone. Ces plateformes proposent l'accès à un nombre important de profils d'influenceurs et mettent à disposition des espaces d'échanges pour les contacter, des modèles standardisés de propositions de collaboration, permettant d'assurer jusqu'au paiement de la collaboration, « en un clic », *via* un abonnement à leur solution.

VIGINUM souhaite donc alerter les créateurs de contenus et influenceurs présents sur les réseaux sociaux, au-delà de *TikTok*, sur le risque d'instrumentalisation dont ils pourraient faire l'objet par des acteurs étrangers malveillants se dissimulant derrière des structures d'intermédiation commerciale. Les plateformes proposant des services de marketing d'influence devraient également intégrer la prise en compte de ce risque dans leur feuille de route.

Des viviers de comptes francophones diffusant de la désinformation politique

L'algorithme de la plateforme *TikTok* favorise la diffusion des contenus générant de l'engagement et propose un système de rémunération à ses créateurs en fonction de leur volume de vues et de leur taux d'engagement. Ce fonctionnement favorise l'émergence de publications *clickbait*[49], qui visent uniquement à créer de l'engagement, ainsi que la création de comptes diffusant du contenu aux formulations et propos alarmistes, pour attirer l'attention des utilisateurs et générer du partage.

L'entreprise *NewsGuard* alertait ainsi dans un rapport paru en juillet 2024 sur des « fermes à contenu », anglophones et francophones, produisant « *de la mésinformation politique de masse* » en recourant à des contenus générés par IA et diffusant des messages inexacts et trompeurs portant sur la politique des États-Unis, de l'Europe, ou encore la guerre entre la Russie et l'Ukraine[50]. Si certains de ces comptes ont été supprimés par la plateforme suite à la publication du rapport, VIGINUM a pu identifier l'existence d'autres comptes *TikTok* aux caractéristiques similaires agissant de manière coordonnée afin de diffuser des messages manifestement inexacts ou trompeurs portant sur la politique française et l'actualité internationale. Des éléments identifiés en sources ouvertes permettent d'affirmer que ces comptes sont animés depuis l'étranger.

Si ces comptes semblent répondre d'abord à un objectif économique en cherchant à générer des revenus publicitaires, VIGINUM estime qu'ils constituent en soi un risque. En effet, déjà influents et prépositionnés auprès de certaines audiences, ces écosystèmes de comptes sont susceptibles d'être « récupérés » et activés à l'avenir par un acteur étatique étranger, afin de contribuer à une opération d'ingérence numérique.

---

[48] Le Monde, https://www.lemonde.fr/pixels/article/2024/12/18/guerre-en-ukraine-des-milliers-d-influenceurs-dont-des-francais-approches-pour-diffuser-de-la-propagande-prorusse_6455494_4408996.html

[49] Un contenu « piège-à-clic » ou « *clickbait* » en anglais, désigne un contenu conçu pour maximiser le taux de clic et d'engagement, généralement au détriment de la qualité de ce contenu. Il s'agit le plus souvent de messages racoleurs ou sensationnalistes destinés à tromper l'internaute en suscitant sa curiosité.

[50] Newsguard, *Des fermes de contenu sur* TikTok *utilisent des voix off générées par IA pour produire de la mésinformation politique en masse* https://www.newsguardtech.com/fr/special-reports/tiktok-fermes-contenu-voix-off-ia-mesinformation/

III. CONCLUSION

Premier scrutin démocratique majeur en Europe à avoir fait l'objet d'une décision d'annulation des résultats pour des soupçons d'ingérences étrangères, l'élection présidentielle roumaine de novembre 2024 marque un tournant dans la prise en compte de l'impact des manipulations de l'information sur les réseaux sociaux.

Alors que les scrutins en Géorgie et en Moldavie de la fin de l'année 2024 avaient déjà fait l'objet d'actions de nature hybride, l'élection présidentielle roumaine semble avoir été la cible d'une campagne numérique plus sophistiquée dans sa conception, centrée sur la manipulation de l'algorithme d'une plateforme particulièrement populaire en Roumanie, *TikTok,* et impliquant des écosystèmes de comptes prépositionnés ainsi que le recrutement d'influenceurs.

L'analyse de cette campagne a notamment mis en lumière d'une part, la relative facilité avec laquelle il est aujourd'hui possible d'imposer aux utilisateurs la visibilité d'un sujet sur un réseau social tel que *TikTok*, sans que le dispositif utilisé ne soit d'emblée modéré ou considéré comme inauthentique par la plateforme, et d'autre part, le rôle et la vulnérabilité des influenceurs, exposés à un risque croissant d'instrumentalisation de la part d'acteurs malveillants utilisant des approches dissimulées.

Par ailleurs, cette manipulation de l'algorithme témoigne également du manque d'efficacité des mesures mises en œuvre par les opérateurs de plateforme en ligne pour détecter et atténuer ces phénomènes inauthentiques, et bien qu'ils demeurent soumis à des obligations strictes en matière de modération ou de labellisation, tant du point de vue des lois nationales que du règlement européen sur les services numériques (*Digital Services Act*).

Enfin, il semble juste de souligner que l'un des principaux préjudices causés par cette campagne de manipulation a été d'altérer la confiance des électeurs dans la fiabilité des processus électoraux.

À PROPOS DE VIGINUM



Créé le 13 juillet 2021 et rattaché au SGDSN, le service de vigilance et de protection contre les ingérences numériques étrangères (VIGINUM) a pour raison d'être la protection du débat public numérique touchant aux intérêts fondamentaux de la Nation.

Ce service technique et opérationnel de l'État a pour mission de détecter et caractériser les campagnes de manipulation de l'information sur les plateformes numériques, impliquant des acteurs étrangers dans le but de nuire à la France et à ses intérêts.

[Service de vigilance et protection contre les ingérences numériques étrangères | SGDSN]

Crédit photo couverture : Photo de Akshar Dave🌻 sur Unsplash